KLEPIERRE

CHARTE GRAPHIQUE

– 31 JANVIER 2013 –

Bienvenue dans le nouvel univers graphique de la marque Klépierre qui nous rassemble tous.

Une marque est bien plus qu'un logo commun. Elle est l'expression d'un positionnement fort et unique sur nos marchés :
« Nous sommes le pure player des centres commerciaux en Europe. Nous associons intelligence et instinct du commerce pour démultiplier les succès de nos enseignes».

Elle exprime aussi les valeurs qui nous rapprochent, traduisant notre volonté d'**anticipation**, notre **engagement** et notre **performance**.

Une marque unique est un atout précieux dont chacun tirera bénéfice dans son travail quotidien, c'est aussi une responsabilité partagée. Il nous appartient de lui donner l'impact et le leadership international qu'elle mérite en s'assurant qu'elle est appliquée de manière cohérente partout, par tous.

Cette charte graphique définit les règles d'utilisation des différents éléments composant notre identité visuelle. C'est en respectant ces règles que nous garantirons la cohérence de notre image de marque pour construire ensemble une marque plus forte.

NOTRE UNIVERS

LOGOTYPE

KLEPIERRE

COULEURS

SYSTÈME ASSOCIÉ AU SYMBOLE

TYPOGRAPHIE (MUSEO SANS)

WE MAKE IT
BETTER
EVERYDAY

FORMES GRAPHIQUES

VOCABULAIRE GRAPHIQUE
& ILLUSTRATIF

ICONOGRAPHIE

SOMMAIRE

01
LE LOGOTYPE

Présentation 6
Utilisation sur fond clair 7
Utilisation sur fond foncé 8
Taille minimum & Espace de protection 9
Positionnement 10
Taille & placement 11
Les interdits 12

02
LES COULEURS DU SYSTÈME

Les couleurs principales 14
Les couleurs d'accompagnement 15
Les interdits 16

03
LA TYPOGRAPHIE

Présentation 18

04
LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Le K "fenêtre" 20
Les formes graphiques 22
Le vocabulaire graphique & illustratif 23
Les graphiques 24

05
L'ICONOGRAPHIE

Les thèmes 26
Le style iconographique 27
Les interdits 28

06
LES APPLICATIONS

La papeterie 30
Bureautique 31
Signalétique 35

07
ANNEXES 36

01
LE LOGOTYPE

Présentation 6
Utilisation sur fond clair 7
Utilisation sur fond foncé 8
Taille minimum &
Espace de protection 9
Positionnement 10
Taille & placement 11
Les interdits 12

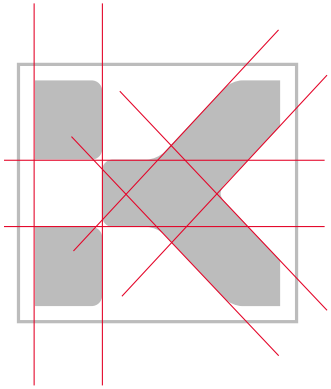
PRÉSENTATION

Une marque créative, constructive et connectée

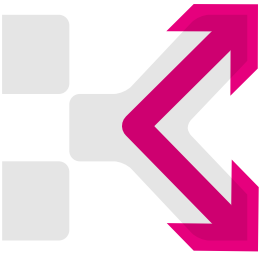
Incarnant à la fois une **identité statutaire** qui trouve ses fondements dans les métiers de l'immobilier et une nouvelle **image audacieuse tournée vers l'avenir**, le nouveau logo capitalise sur l'initiale « K » **très architecturée**, évoquant le jeu de construction et symbolisant le **mouvement vers l'avant, l'innovation et la performance**. Klépierre est une marque connectée, en prise avec son temps, comme l'illustre la forme de « plug », qui valorise son **rôle de catalyseur** de rencontres entre marques et consommateurs.

Le code couleur exprime **sa double appartenance au monde de l'immobilier et à l'univers du retail** : une marque qui déploie son expertise du commerce pour créer, gérer, développer et animer des lieux attractifs, une marque lumineuse qui met en évidence la **dimension émotionnelle du shopping et l'attention toute particulière portée au consommateur**.

KLEPIERRE



STATUTAIRE & ARCHITECTURÉ



TOURNÉ VERS L'AVENIR

DU RETAIL VERS LE SHOPPING

UTILISATION SUR FOND CLAIR
À PRIVILÉGIER

SYMBOLE

TYPOGRAPHIE

PANTONE 2766 C
CMJN 100/85/0/75
RVB 20/27/77

SUR FOND BLANC

EXEMPLE SUR FOND CLAIR

Attention : Le visuel ne doit pas perturber le logo.

EXEMPLE SUR FOND GRIS CLAIR

UTILISATION EXCEPTIONNELLE : LA VERSION MONOCHROME
Pour les impressions en noir & blanc.

NOIR
CMJN 0/0/0/100
RVB 0/0/0

KLEPIERRE

UTILISATION SUR FOND FONCÉ
USAGE LIMITÉ

VERSION BLANCHE

BLANC
CMJN 0/0/0/0
RVB 255/255/255

SUR FOND COULEURS CORPORATES (P.14)
Logo en négatif.

LOREM
KLEPIERRE
IHILIT INCIA SITATEM ELIBERI ODIT EARCHILIAT REM UT OFFICTI
Dolupti scilis accusda sit omnim verion endiore pra voluptas vellit hilit et facidero tem autatur sitinve ligenihil il incius plibus, es aut et, veli-cae con pore et odiciaspelia volum nihitas di ad qui cum-qui restempor aboresed

SUR FOND FONCÉ
Les couleurs corporates (p. 14) sont présentes sur la page : logo en négatif.
Attention : Le visuel ne doit pas perturber le logo.

UTILISATION EXCEPTIONNELLE
LE LOGO DANS UN CARTOUCHE

SUR FOND FONCÉ
Quand les couleurs corporates ne sont pas présentes sur la page :
logo en positif dans un cartouche.

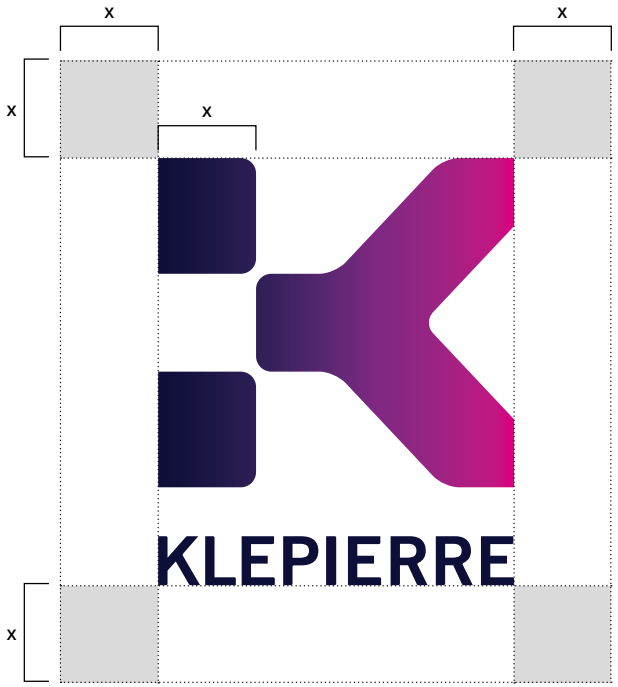
TAILLE MINIMUM & ESPACE DE PROTECTION

Afin que le logo soit toujours visible, un espace de protection doit être respecté.
Une taille minimum a été définie pour assurer la lisibilité du logo sur tous les supports.

TAILLE MINIMUM

Logo en print & en digital

ESPACE DE PROTECTION



UTILISATION EXCEPTIONNELLE : LE LOGO HORIZONTAL

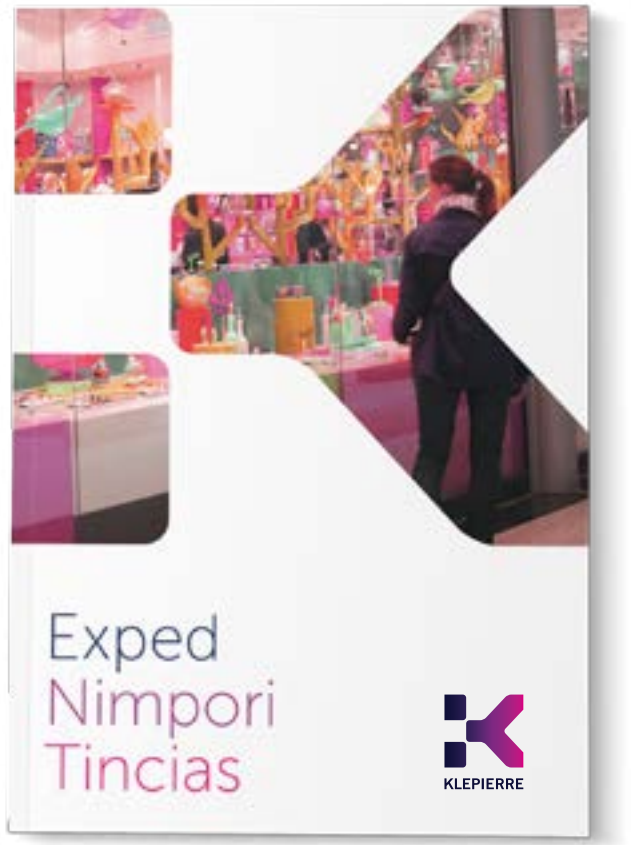
Uniquement quand le support ne permet pas l'utilisation du logo corporate.

Exemples : enseigne lumineuse & crayon

POSITIONNEMENT

2 POSITIONS POSSIBLES EN PRINT ET EN DIGITAL :

– en haut à gauche,
– ou en bas à droite.



TAILLE & PLACEMENT

COUVERTURE – A4

DOS – A4

LES INTERDITS

Ne pas utiliser le logo en couleur monochrome.

Ne pas modifier la forme du symbole.

Ne pas modifier les proportions du logo.

Ne pas modifier la typographie du logotype.

Ne pas mettre la typographie en dégradé.

Ne pas transformer les couleurs du dégradé.

Ne pas mettre le logotype sur un fond confus.

Ne pas mettre le logotype sur un fond confus.

Ne pas mettre le logotype couleurs sur un fond foncé.

Ne pas utiliser le logotype blanc si les couleurs corporates ne sont pas présentes.

02
LES COULEURS DU SYSTÈME

Les couleurs principales **14**
Les couleurs d'accompagnement **15**
Les interdits **16**

LES COULEURS PRINCIPALES

PANTONE 2766 C
CMJN 100/85/0/75
RVB 20/27/77

PANTONE 513 C
CMJN 44/90/0/0
RVB 147/50/142

P. PROC. MAGENTA C
CMJN 0/100/0/0
RVB 212/15/125

P. COOL GREY 9
CMJN 0/0/0/70
RVB 117/120/123

LE DÉGRADÉ

Attention : Le dégradé, issu du symbole du logo, ne s'utilise qu'à l'horizontal.

LES COULEURS D'ACCOMPAGNEMENT

POUR LES GRAPHIQUES, LES TABLEAUX ET LES CARTOUCHES, QUAND LES COULEURS PRINCIPALES NE SUFFISENT PAS.

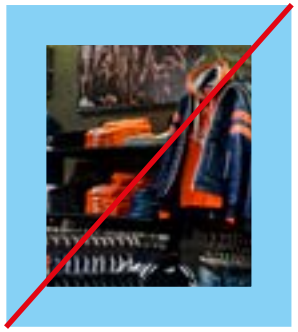
LES TRAMÉES (ISSUES DES COULEURS PRINCIPALES)

CMJN 50/42/0/37 RVB 137/141/166	CMJN 22/45/0/0 RVB 201/152/198	CMJN 0/50/0/0 RVB 233/135/190	CMJN 0/0/0/35 RVB 186/187/189
CMJN 20/17/0/15 RVB 208/209/219	CMJN 9/18/0/0 RVB 233/214/232	CMJN 0/20/0/0 RVB 246/207/229	CMJN 0/0/0/14 RVB 227/228/229

LES SECONDAIRES

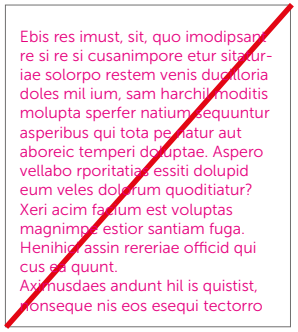
CMJN 100/50/0/0 RVB 0/87/184	CMJN 79/79/0/0 RVB 104/91/199	CMJN 0/100/75/0 RVB 228/1/52

LES INTERDITS

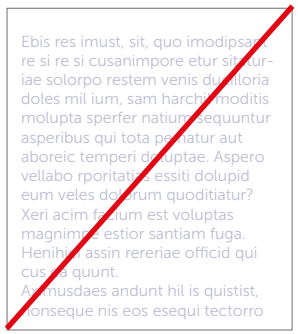


Ne pas utiliser de couleurs qui n'appartiennent pas à la palette.

Ne pas utiliser de couleurs tramées dans les titres.


Ebis res imust, sit, quo imodipsant
re si re si cusanimpore etur sitatur-
iae solorpo restem venis dunalloria
doles mil ium, sam harchil moditis
molupta sperfer natium sequuntur
asperibus qui tota pe natur aut
aboreic temperi doluptae. Aspero
vellabo rporitatia essiti dolupid
eum veles dolorrum quoditiatur?
Xeri acim fa um est voluptas
magnimpe estior santiam fuga.
Henihic assin rereriae officid qui
cus ea quunt.
Ax musdaes andunt hil is quistist,
nonseque nis eos esequi tectorro

Ne pas mettre une page entière de texte en couleurs.


Ebis res imust, sit, quo imodipsant
re si re si cusanimpore etur sitatur-
iae solorpo restem venis dunalloria
doles mil ium, sam harchil moditis
molupta sperfer natium sequuntur
asperibus qui tota pe natur aut
aboreic temperi doluptae. Aspero
vellabo rporitatia essiti dolupid
eum veles dolorrum quoditiatur?
Xeri acim fa um est voluptas
magnimpe estior santiam fuga.
Henihic assin rereriae officid qui
cus ea quunt.
Ax musdaes andunt hil is quistist,
nonseque nis eos esequi tectorro

Ne pas mettre de texte courant en couleurs tramées.

Les couleurs tramées et secondaires s'utilisent en mineur, en complément des principales, prioritaires.

Attention à la lisibilité.

03
LA TYPOGRAPHIE

Présentation **18**

PRÉSENTATION

04
LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Le K ‘‘fenêtre’’ **20**
Les formes graphiques **22**
Le vocabulaire graphique & illustratif **23**
Les graphiques **24**

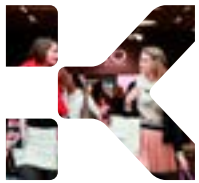
LE K "FENÊTRE"

il s'agit du symbole du logo, seul, sans la typographie « Klépierre ».

1 – K "FENÊTRE"

Pour intégrer un ou plusieurs visuels.

1 Photo



1 Photo

3 Photos

2 – K "FENÊTRE" + CALQUE BLANC

En superposition à 80%
sur la totalité du visuel.

3 – K "CALQUE"

En superposition sur un visuel dans son dégradé
ou en blanc à 80%.

Pour plus de détails contacter le service communication.

LE K "FENÊTRE"

LES INTERDITS

Ne pas associer le K "fenêtre" avec la typo du logo.

Ne pas mettre le K "fenêtre" en opaque sur une photo.

La photo doit permettre la lisibilité du symbole.

Il faut être compréhensible et que l'ensemble ait du sens.

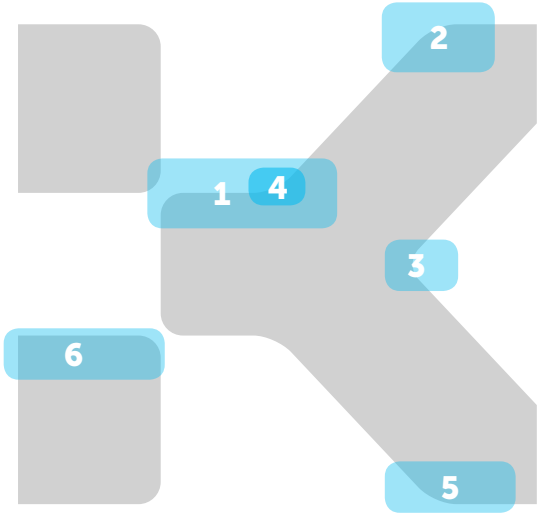
Ne pas utiliser le K "fenêtre" autrement qu'en dégradé ou en blanc.

La photo doit être identique dans le symbole et à l'extérieur.

LES FORMES GRAPHIQUES

Elles sont issues du symbole du logo, à différentes échelles, et doivent comporter au moins une courbe.

EXEMPLES (NON EXHAUSTIFS) :



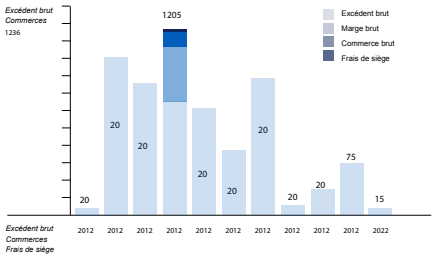
LE VOCABULAIRE GRAPHIQUE & ILLUSTRATIF

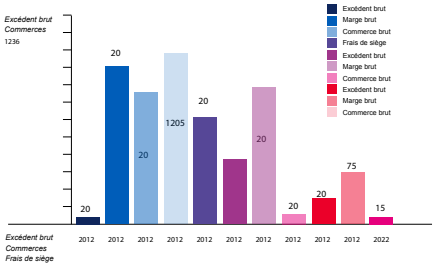
Il est directement inspiré des formes du logo (avec des angles et des arrondis).
Il s'utilise :
– en dégradé,
– aux couleurs de la charte,
– en plein,
– au fil.

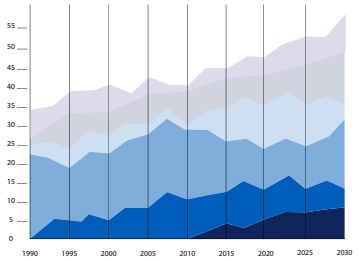
EXEMPLES (NON EXHAUSTIFS) :

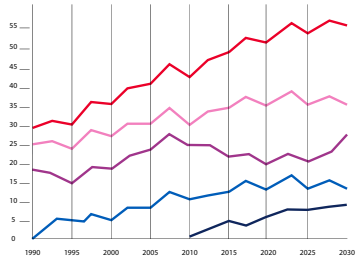
LES GRAPHIQUES

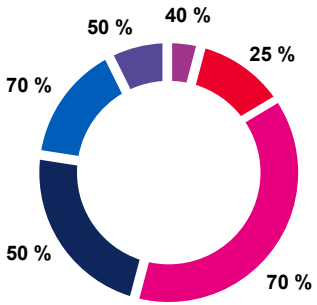
Pour les références des couleurs, se reporter à la palette page 14.

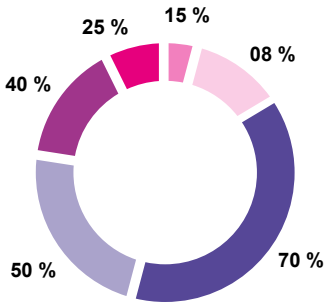












05
L'ICONOGRAPHIE

Les thèmes.....**26**
Le style iconographique **27**
Les interdits **28**

LES THÈMES

SHOPPERS

ENSEIGNES & PRODUITS

CENTRES & ARCHITECTURE

LE STYLE ICONOGRAPHIQUE

les photographies sont simples et immédiates avec un sujet principal. Les couleurs sont fraîches, vives et contrastées.

CAS PARTICULIER : LES VISUELS DESTINÉS À DES DOCUMENTS PLUS « CORPORATE » (ayant une dominante aux couleurs Klépierre, voir page 13).

Attention : Il est interdit de mettre un filtre de couleurs sur les photos pour en changer leur teinte principale. Les couleurs doivent rester naturelles.

LES INTERDITS

Image ne mettant en valeur ni les shoppers, ni l'enseigne.

Image sombre et sans contraste.

Ne pas mélanger des photos en noir et blanc et des photos en couleurs sur un même support.

Il est interdit d'ajouter des filtres sur les photos, qui ne les rendent pas naturelles.

06
LES APPLICATIONS

La papeterie **30**
Bureautique **31**
Signalétique **35**

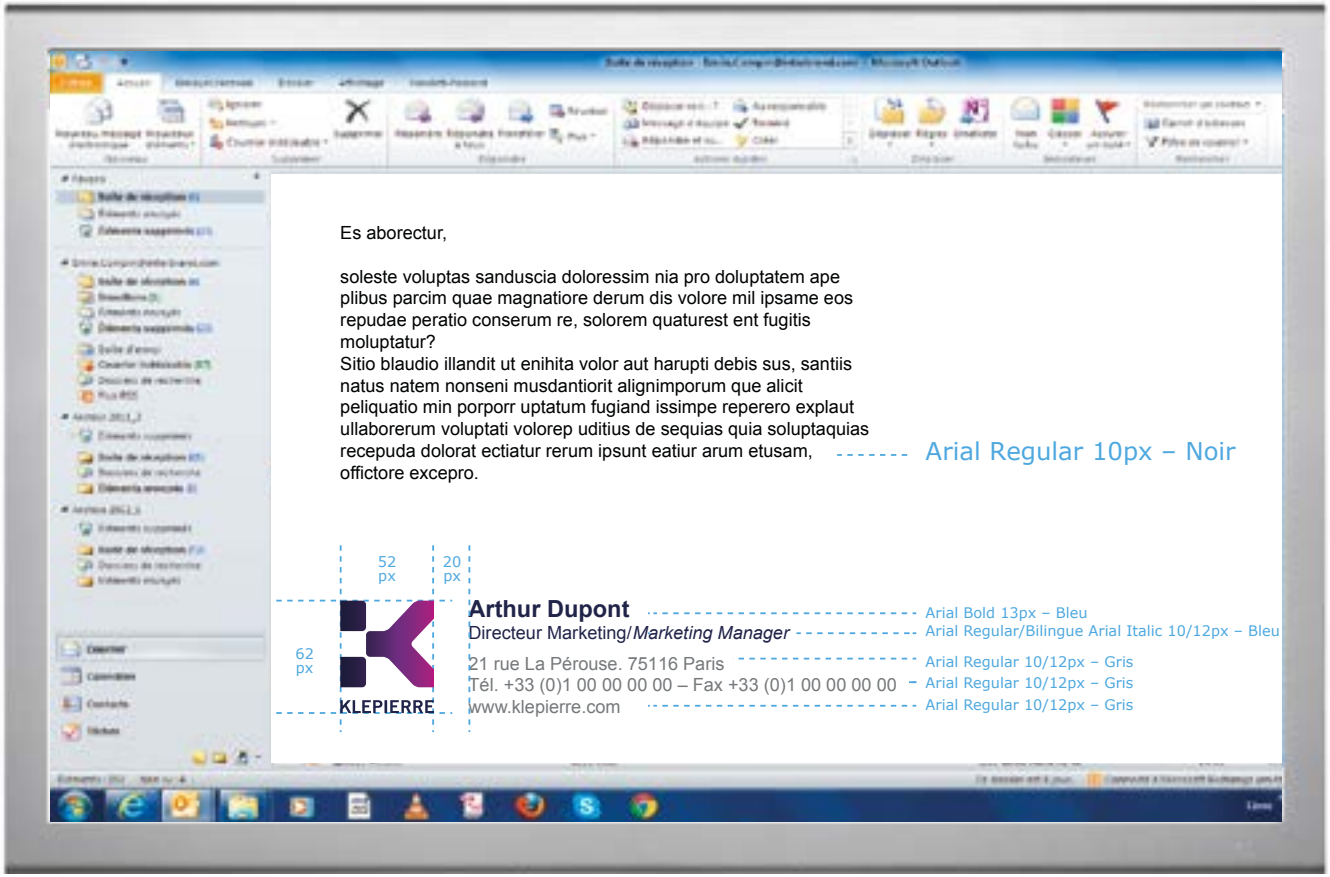
LA PAPETERIE

CARTE DE VISITE
Format : 85 x 55 mm
Les versos existent dans les 3 couleurs corporates.

MODÈLE DE COURRIER WORD
Format : 210 x 297 mm

CARTE DE CORRESPONDANCE
Format : 210 x 100 mm

BUREAUTIQUE
E MAIL/SIGNATURE


Es aborectur,
soleste voluptas sanduscia doloressim nia pro doluptatem ape plibus parcim quae magnatiore derum dis volore mil ipsame eos repudae peratio conserum re, solorem quaturest ent fugitis moluptatur?
Sitio blaudio illandit ut enihita volor aut harupti debis sus, santiis natus natem nonseni musdantiorit alignimporum que alicit peliquatio min porporr uptatum fugiand issimpe reperero explaut ullaborerum voluptati volorep uditius de sequias quia soluptaquias recepuda dolorat ectiatur rerum ipsunt eatiur arum etusam, offictore excepro.
Arial Regular 10px – Noir
52 px
20 px
62 px
KLEPIERRE
Arthur Dupont
Arial Bold 13px – Bleu
Directeur Marketing/*Marketing Manager*
Arial Regular/Bilingue Arial Italic 10/12px – Bleu
21 rue La Pérouse. 75116 Paris
Arial Regular 10/12px – Gris
Tél. +33 (0)1 00 00 00 00 – Fax +33 (0)1 00 00 00 00
Arial Regular 10/12px – Gris
www.klepierre.com
Arial Regular 10/12px – Gris
52 px
20 px
62 px
KLEPIERRE
Francesco Moretti
Arial Bold 13px – Bleu
Responsabile Comunicazione
Arial Regular/Bilingue Arial Italic 10/12px – Bleu
KLEPIERRE MANAGEMENT ITALIA SRL
Arial Regular 10/12px – Gris
Via Gadames, 7 - Milano - Italia
Arial Regular 10/12px – Gris
Tel. +39 (0)1 00 00 00 00 – Fax +39 (0)1 00 00 00 00
Arial Regular 10/12px – Gris
www.klepierremanagement.it
Arial Regular 10/12px – Gris

BUREAUTIQUE
WORD : COURRIER & COMMUNIQUÉ DE PRESSE

KLEPIERRE

Paris, 30 janvier 2013

Objet : Mise en page pour courrier

KLEPIERRE

Communiqué de Presse

TITRE DU
COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le XXXXXXX

Titre du paragraphe 1

Titre du paragraphe 2

Titre du paragraphe 3

AGENDA

BUREAUTIQUE
EXCEL

Cach flow consolidé

EN MILLIONS D'EUROS	30 juin 2012	30 juin 2011	Var. M€	Var. %
En part totale				
Excédent brut Centres Commerciaux	391,6	379,8	11,8	3,1%
Excédent brut Bureaux	9,2	11,7	-2,5	-21,2%
Excédent brut Commerces	20,3	19,7	0,6	2,9%
Frais de siège et charges communes	-11,7	-10,9	-0,8	7,2%
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	409,4	400,3	9,1	2,3%
Retraitement frais de personnel / charges étalées	2,3	1,6	0,7	41,4%
CASH-FLOW D'EXPLOITATION	411,7	402,0	.8	2,4%
Coût de l'endettement net	-156,9	-154,1	-2,8	1,8%
Retraitement amortissements financiers	5,7	11,1	-5,4	-49,0%
CASH-FLOW COURANT AVANT IMPOT	260,5	259,0	.5	0,6%
Quote-part de SME	0,7	0,7	0,0	0,4%
Impôt courant	-12,5	-12,7	0,3	-2,2%
CASH-FLOW NET COURANT (PART TOTALE)	**248,7**	**246,9**	**1,8**	**0,7%**

En part totale				
Excédent brut Centres Commerciaux	391,6	379,8	11,8	3,1%
Excédent brut Bureaux	9,2	11,7	-2,5	-21,2%
Excédent brut Commerces	20,3	19,7	0,6	2,9%
Frais de siège et charges communes	-11,7	-10,9	-0,8	7,2%
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	409,4	400,3	9,1	2,3%
Retraitement frais de personnel / charges étalées	2,3	1,6	0,7	41,4%
CASH-FLOW D'EXPLOITATION	411,7	402,0	.8	2,4%
Coût de l'endettement net	-156,9	-154,1	-2,8	1,8%
Retraitement amortissements financiers	5,7	11,1	-5,4	-49,0%
CASH-FLOW COURANT AVANT IMPOT	260,5	259,0	.5	0,6%
Quote-part de SME	0,7	0,7	0,0	0,4%
Impôt courant	-12,5	-12,7	0,3	-2,2%
CASH-FLOW NET COURANT (PART TOTALE)	**248,7**	**246,9**	**1,8**	**0,7%**

En part totale				
Excédent brut Centres Commerciaux	391,6	379,8	11,8	3,1%
Excédent brut Bureaux	9,2	11,7	-2,5	-21,2%
Excédent brut Commerces	20,3	19,7	0,6	2,9%
Frais de siège et charges communes	-11,7	-10,9	-0,8	7,2%
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	409,4	400,3	9,1	2,3%
Retraitement frais de personnel / charges étalées	2,3	1,6	0,7	41,4%
CASH-FLOW D'EXPLOITATION	411,7	402,0	.8	2,4%
Coût de l'endettement net	-156,9	-154,1	-2,8	1,8%
Retraitement amortissements financiers	5,7	11,1	-5,4	-49,0%
CASH-FLOW COURANT AVANT IMPOT	260,5	259,0	.5	0,6%
Quote-part de SME	0,7	0,7	0,0	0,4%
Impôt courant	-12,5	-12,7	0,3	-2,2%
CASH-FLOW NET COURANT (PART TOTALE)	**248,7**	**246,9**	**1,8**	**0,7%**

BUREAUTIQUE
POWERPOINT

Il existe 3 modèles de présentation PowerPoint.
Les pages de titre de chapitre existent avec ou sans photo.
Les photos proposées dans les modèles peuvent être modifiées.

Modèle 1

exemple de photo

Modèle 2

exemple de photo

Modèle 3

exemple de photo

exemple de photo

SIGNALÉTIQUE
PLAQUE EXTÉRIEURE
PLAQUE BUREAUX
ENSEIGNES LUMINEUSES

RAL 5013 RAL 4008 RAL 4010 RAL 7012 RAL 9005 RAL 9010

07
ANNEXES

Les marques internes **37**
Les marques filles **37**

LES MARQUES INTERNES

– On utilise le symbole et son dégradé, sans la typographie « Klépierre » en dessous.

– La typographie associée est la Trade Gotic LT, light ou bold, typographie mère du logo Klépierre.

– On peut y ajouter des éléments graphiques issus de la forme du symbole afin de lui donner du sens.

LINKS

K's PEOPLE

KCE

LES MARQUES FILLES

– On utilise le logo dans sa forme d'origine : symbole + typo + couleurs.

– La typographie associée est la Trade Gothic LT, light ou bold.

KLEPIERRE
Brand
Ventures